

把制度创新摆在国企发展突出位置

国有重点大型企业监事会主席 季晓南

专论

编者按 新常态对国有企业来说,既是机遇,更是挑战,进入新世纪以来国企绩效得到明显提升的外部环境因素发生深刻变化,持续发展和持续盈利能力明显减弱,迫切需要通过深化改革增强活力和竞争力。在这一过程中,应把制度创新摆在国有企业发展的突出位置,显著改善和提升国企的绩效。

要素方面,更有实力,更具优势,通过制度创新有效整合和配置企业的内外资源,使企业各种生产要素的活力竞相迸发,将会显著改善和提升国企绩效。

(二)

经过长期持续快速发展,我国经济发展进入到一个新阶段,中高速增长成为一种新常态,保持经济持续较快增长是我国经济工作的一项重大任务。国有经济在我国经济中发挥着主导和支柱作用,能否通过深化改革释放国有企业的活力,直接关系到我国经济的持续较快增长。新常态对国有企业既是机遇,更是挑战,进入新世纪以来国有企业绩效得到明显提升的外部环境因素发生深刻变化,许多竞争优势正在逐渐丧失,持续发展和持续盈利能力明显减弱,迫切需要通过深化改革增强活力和竞争力,深化国有企业改革迫在眉睫。

实现国有企业的制度创新,从根本上来讲,就是要通过深化改革,破除影响和制约国有企业发展的体制机制藩篱,用适应市场经济体制的体制机制取代计划经济体制下形成的体制机制,用富有活力和竞争力的体制机制取代动力不足和效率低下的体制机制,为国有企业的持续发展和绩效改善提供可靠的制度保障。对我国国有企业来讲,当前及今后一个时期,必须把制度创新摆在国有企业发展的突出位置。

一是深化国有企业产权制度改革。产权是所有制的核心和主要内容,也是影响企业绩效提升的基础性、根本性因素。现代产权制度是现代企业制度的重要基础。我国国有企业改革的方向是建立健全现代企业制度,只有建立健全归属清晰、权责明确、保护严格、流转顺畅的现代产权制度,才可能形成“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”的现代企业制度。从这个意义上来说,国有企业产权制度改革的深度和广度决定了国有企业改革的进度和进展。股份制作为一种现代产权制度,是企业赢得市场竞争优势的一种有效组织形式和运营方式,也是国有企业深化产权制度改革的方向选择和制度取向。混合所有制企业作为公有资本与非公有资本交叉持股和相互融合的股份制,不仅有利于各种所有制资本取长补短、相互促进、共同发展,而且有利于增强国有企业的活力和竞争力,提升国有企业的绩效。因此,深化国有企业产权制度改革,最重要的是

要积极发展混合所有制企业,从根本上改变单一国有产权的结构。

二是推动国有企业完善现代企业制度。建立健全现代企业制度是深化国有企业改革的方向和制度选择。公司治理是现代企业制度的核心和关键,健全协调运转、有效制衡的公司治理是深化国有企业改革最重要的任务。企业的决策是否正确,执行是否有力,主要取决于公司治理是否有效,激励约束机制、经理人市场、控制权转移、市场竞争等企业内部和外部机制主要是通过公司治理影响企业经营管理者行为,进而影响企业绩效,因而,公司治理成为影响企业绩效的直接的、决定性的因素。反之,企业绩效的变化会引发公司控制权的转移,最终导致产权结构和公司治理的变动。在特定的产权制度和产权结构下,可通过完善公司治理和改善激励机制等来影响经营管理者行为进而提升企业绩效。因而,完善公司法人治理结构也就成为深化国有企业改革的一项极为重要的任务。

三是继续转换国有企业的经营机制。转换经营机制是深化国有企业改革的一项重要任务,也是提升国有企业绩效的重要保证。因为,体制影响机制,机制决定效率,机制决定人的行为,而企业员工的行为决定了企业的效率。不仅如此,机制还具有反作用,反过来也会影响体制和制度设置的有效性。不解决国有企业的机制问题,不真正建立起适应市场竞争的机制,国有企业长期存在的人浮于事、冗员过多等问题就不可能从根本上解决,在这种情况下,即使在完善公司治理方面取得积极进展,由于缺乏机制保障,国有企业也难以充满活力和竞争力,难以提高经营效率。转换国有企业经营机制,重点是深化国有企业内部管理人员能上能下、员工能进能出、收入能增能减的制度改革,同时,要加快推行职业经理人制度,使国企的用人制度和薪酬制度更好适应市场化 and 国际化要求。

四是完善国有资产管理体制。完善国有资产管理体制与深化国有企业改革具有内在的紧密联系,是解决国有企业改革重点难点问题的基础和前提,对突破国有企业体制障碍具有较强的牵引作用,对提升国有企业绩效具有重要影响。一方面,完善国有资产管理体制是深化国有企业市场化改革的重要制度前提。国有企业要真正成为独立法人和市场竞争主体,就必须进一步做到政企分开、政资分开,所有权与经营权分开,这就要求进一步完善国有资产管理体制,因为,能

否做到政企分开和政资分开,并不取决于国有企业本身,主要取决于行政体制改革和政府职能转变。另一方面,完善国有资产管理体制是国有企业健全现代企业制度的迫切要求。无论是做到产权清晰还是权责明确或是管理科学,都离不开完善国有资产管理体制,因为,国家作为国有资本的最终出资人,对国有产权的界定和划分及授权具有决定权。同时,国有企业能否形成适应市场竞争要求的经营机制,不少问题如高管人员的选聘和任用等,也不取决于国有企业本身,也需通过完善国有资产管理体制来推动。不从根本上完善国有资产管理体制入手,国有企业难以真正建立健全现代产权制度,也难以建立健全现代企业制度。适应深化国有企业改革要求,须积极推进国有资产管理体制创新,从现行以管国有企业为主转变到以管国有资本为主。为此,须改革国有资本授权经营体制,探索建立国有资本运营和投资公司,完善国有资本出资人制度,进一步解决所有权与经营权分离问题,做到既有利于加强国有资本管理又有利于国有企业有效经营,使市场竞争的压力能够层层传导到每个企业员工,使国有资产保值增值的责任能够有效落实到每个企业。

五是健全国有企业的监督体制。有效的国有资产监督体制是国有企业持续健康发展、防止国有资产流失的制度保障,对国有企业绩效也具有重要影响。对我国国有企业而言,除面临所有权与经营权相对分离带来的“内部人控制”问题,还面临产权制度改革不到位、公司治理不完善、内控制度不健全带来的腐败多发的问题,因而,加强监管、遏制腐败、防止国有资产权益受损的任务更为艰巨,更加繁重。要有效遏制国有企业腐败多发现象,防止国有资产权益受到严重损害,根本的一点就是要加强制度建设,着力通过制度建设加强国有企业的源头防腐,预防和减少国有企业违法违规现象的发生。一方面,要完善和发挥国有资产监管制度的作用,另一方面,要探索和创建国有资产监管制度,切实提高国有资产监管的针对性、有效性、时效性。

我国改革开放以来企业发展取得的明显成就已证明,只要锐意进取,大胆改革,尊重企业发展规律,不断推进制度创新,使国有企业的体制机制真正适应市场竞争的要求,充分激发国有企业的活力和创造力,竞争性领域的国有企业也完全可以具有市场竞争力,也完全可以具有良好业绩,对此,我们应充满自信。

“互联网+” 打造创新驱动新引擎

胡斌

今年的政府工作报告提出,制定“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。这为发展“互联网+”指明了方向和路径。可以说,“互联网+”不仅仅是传统行业的互联网化,更是创新驱动的新引擎,蕴含着推动中国经济朝着更创新、更智慧、更环保方向发展的强大动力。

“互联网+”促进产业形态创新。改革开放30多年以来,我国经济在实现高速增长的同时,出现了传统行业产能严重过剩、产业结构单一的情况,形成了高消耗、高污染、高投入、低产出的发展模式,产业升级迟迟未有实质性突破,阻碍了经济的进一步健康发展。随着互联网技术的加速发展,云计算、大数据、物联网等新技术不断融入到传统产业,出现了互联网电商、互联网金融、互联网医疗、互联网教育等新的产业形态,并倒逼传统制造业、服务业甚至农业投入到创新升级的浪潮。在互联网的催化下,以电子商务为代表的农产品新型流通模式快速崛起,大量农民通过直接网上开店或成为电商供应商的方式,加入到农产品电子商务的产业链中,在新型产业形态创新带来的网络化与扁平化中受益,成为传统行业互联网化的典型案例。由此可见,“互联网+”能有效促使传统产业从要素驱动、投资驱动向创新驱动转变,实现网络化、平台化、信息化、智能化和扁平化,从而促进经济结构调整,增强经济活力,实现经济有效益、有质量、可持续的增长。

“互联网+”促进思维模式创新。自由、免费、平等、开放、创新、共赢是互联网思维的一些典型特点,随着互联网思维的不断渗透,消费者对便捷化、个性化与免费化的需求越来越旺盛。这种新的消费习惯也促使企业的经营者必须转变思维模式,对产品的生产、流通及销售流程进行重新架构,以应对互联网经济浪潮的冲击。传统商业的思维模式下,产品收费天经地义,然而在互联网经济中,社交工具、杀毒软件、电子邮箱、打车软件、新闻资讯等产品不仅不收费,甚至还花费大量补贴来吸引用户使用。一些互联网企业生产的硬件,如手机、电视,以零利润与传统企业竞争,通过近乎免费的方式获取巨大的用户群,迅速占领市场,形成知名品牌和粉丝经济,并在此基础上通过广告、增值服务其他方式来打造高附加值的价值链。与此同时,“互联网+”也改变了劳动者的思维模式,在“大众创新、万众创业”导向下,以创客为代表的受过良好专业教育的创业者不再满足于安逸的工作,而是以互联网思维进行大量的个性化创新,孵化出一批估值高达数十亿美元的新创互联网企业,促进了中关村创业大街、创新工场等创新服务平台的兴起,集聚了资金、人才、科研、网络、数据等知识要素和创新要素,营造良好的创业生态,并反过来推动着体制机制的创新,促进多渠道多方式就业,助力实体经济发展。

“互联网+”促进生产方式创新。在传统生产模式下,生产与消费之间隔着批发、分销、配送环节,生产者通过批量优惠、满额返点、减免运费等政策鼓励代理商、零售商一次性大批量订货,真实的产品销售信息传递缓慢而零散。在互联网时代,大数据、云计算的广泛应用,实现了供给端与需求端之间数据搜集、统计、整理和分析的实时化,上下游企业纵向互联、区域内企业横向互联、生产者与消费者之间的直接互联成为常态。企业可以根据用户意见进行订单式生产,并通过客户反馈信息不断改进设计,实现生产的个性化、柔性化与智能化,从而最大化地利用原材料、资金和产能,提高利润率,摆脱中小生产产能过剩的困局。例如,淘宝品牌商利用消费者的点击、收藏、购物车、评论数据,对客户消费偏好和销售数据进行精准分析,并将数据实时传递给工厂;工厂根据销售和库存情况,进行物料和产能调整,通过小批量产品的试销来测试市场,从销售相关数据中找到潜力款,然后根据生产周期与销售周期多频次小批量进行最优化生产。在生产技术上,伴随着电子信息、互联网、新能源、新材料、3D打印、工业机器人等技术的加速推进,以“智能制造”为核心的工业4.0革命将成为未来工业生产发展的方向,不同生产环节分工会进一步细化和专业化,促使生产者不断改进生产技术,淘汰落后产能,推动我国从“中国制造”向“中国创造”升级。

“互联网+”是经济新常态的一个典型特征,中国经济将在“互联网+”行动计划的引领下,以创新为驱动引擎,不断融入新思维、新技术、新产品、新业态,借助互联网的东风,继续展翅腾飞。

“十三五”我国仍处重要发展机遇期

本报讯 近日,国家发展改革委经济研究所课题组召开国家社科基金重大项目“十三五”时期我国发展环境、发展趋势和战略思路研究”中期成果研讨会。课题组就“十三五”时期我国发展环境、条件与趋势特征以及规划编制工作建议等重大问题,发布课题中期报告和5个专题报告。

课题组认为,“十三五”时期,世界经济或将低速调整转入温和繁荣期,我国既处于重要的发展战略机遇期,又面临与主要大国关系更为复杂、能源供应格局异变等诸多不利因素,外部发展环境趋紧。同时,我国战略机遇期的内涵和条件正在变化。改革红利空前释放,要素质量有所提高,“双创”推动创新驱动发展机制加快形成。另一方面,劳动力成本上升,传统比较优势弱化,我国正从高速增长阶段转入中高速增长阶段。课题初步研究表明,我国经济增速下降是大概率事件,但只要经济运行处于合理区间,全面建成小康社会的目标将如期完成。(杨 澍)

本版编辑 欧阳旭

促进生活性服务业提质增效升级

国务院发展研究中心 来有为 刘涛

的发展环境,积极调整转型,逐步走出低谷,增长质量迈上了新台阶。以餐饮业为例,餐饮消费回归理性,经济实惠、方便快捷的大众化餐饮需求旺盛,特别是一些有品牌、有特色的中档餐饮得到消费者欢迎。目前,我国大众化餐饮已占餐饮市场的80%。随着城乡居民生活节奏加快以及消费观念的改变,大众化餐饮呈现出巨大的发展潜力和空间。

三是服务创新发展步伐加快。在物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术的推动下,我国生活性服务业的产品服务创新、商业模式创新、管理方式创新层出不穷。越来越多的企业将标准化的服务要素组合起来,满足消费者灵活多变、时间碎片化的需求。同时,企业更加注重增强消费者体验和参与度。以旅游业为例,微信、微博、点评网站等即时通讯工具已成为旅游企业广泛使用的新平台,为消费者带来了更好的出游体验。

总体上看,我国生活性服务业的发展方式仍比较粗放,部分行业的服务供给能力和质量亟需提高,发展潜力有待进一步释放。当前尚存在一些制约我国生活性服务业发展的障碍性因素和问题,比如,行业标准有待完善,相关基础设施和服务体系发展不足,企业经营成本持续增加,生活性服务业税负负担较重,企业融资难,连锁化经营受限,等等。这些需要通过深化体制机制改革、进行政策创新加以解决。当前和今后一个时期,建议进一步优化生活性服务业

发展环境,加大政策支持力度,促进生活性服务业提质增效升级。

第一,优化发展环境。继续取消或下放行政审批事项,放宽市场准入。完善教育、医疗等领域的登记注册制度。深化体制机制改革,打破行业和部门垄断,鼓励和引导各类社会资本参与生活性服务业投资和发展。减少交叉监管和多头管理,提高监管能力,在减少微观管制的同时加强市场监管,打击假冒伪劣,加强知识产权和品牌保护,规范市场竞争秩序。推进行业标准化建设,发挥政府、行业协会和企业三方联动作用,形成较为完备的行业规范、标准体系,覆盖生活性服务业重点领域。建立诚信体系,在家政、养老等领域建立信息服务平台和从业人员信息库,促进企业规范化经营,提高服务质量。完善互联网环境下的市场监管机制和市场竞争秩序,规范网络经营行为,促进公平竞争。

第二,促进转型升级。着力解决服务层次偏低、服务功能偏弱问题,由满足居民基本生活需求向提供高品质消费服务拓展,推进生活性服务业科学发展、内涵发展。加强政府引导,鼓励企业公司化、规模化、连锁化、品牌化发展,支持企业提升品牌形象和市场竞争能力。简化连锁经营市场准入手续,强化总部管理责任,实现连锁门店形象标识和风格、经营模式及管理、服务流程和服务质量的统一。鼓励以资金、资源为纽带实施跨区域兼并重组,提高产业市场集中度,

增强行业整体竞争力。进一步加大职业培训力度,建立从业人员薪酬与职业技能挂钩的工资机制。

第三,完善政策支持体系。研究探索有利于生活性服务业发展的税收政策,对生活性服务业实行较低的增值税税率。对部分具有公益性质的生活性服务业,实行税收优惠。开展“正税清费”,公开收费标准,严格收费管理,减轻企业负担。创新对“轻资产”行业的信贷政策,解决企业融资难的问题。积极建设城市(镇)15分钟便民服务商圈,完善社区综合性生活服务中心,增强便利化和综合功能。完善城市最后一公里末端共同配送网络,提高居民生活便利度和规范服务水平。

第四,培育生活性服务业新增长点。结合未来服务消费需求向节约节能、绿色低碳发展的新趋势,鼓励服务创新,创造更多新的市场需求。同时,大力发展新兴服务业态,满足城乡居民日益增长的中高端服务需求。

第五,扩大对内对外开放。推动统一开放、竞争有序的市场体系建设。加快推进自贸区战略,大幅减少服务贸易限制,扩大生活性服务业的开放领域和范围,吸引外资更多地进入生活性服务业领域,发挥外资企业在品牌、技术、管理等方面的优势,带动行业整体发展水平提高。引进外国风味餐饮、外资零售店铺等在国内发展,鼓励和支持有实力、有品牌的企业“走出去”,开拓国际市场。

理论在线

生活性服务业是直接满足居民物质文化生活需要的服务行业的总称。促进生活性服务业健康发展,提高生活性服务业的发展水平和质量,是有效满足人民群众多元化、多样化的服务需求的现实需要,对于扩大消费需求、带动就业创业、推动产业结构优化调整、全面建成小康社会具有重要意义。

近年来,我国生活性服务业保持了平稳较快增长势头,呈现出下述一些发展亮点:

一是新兴行业和新兴业态蓬勃发展。伴随着居民消费结构升级、专业化分工程度深化、新技术的突破和信息化的推进,我国生活性服务业领域涌现出了一批快速发展的新兴行业和新兴业态,具有代表性的有网络零售、快递、移动电子商务、跨境电子商务、健康服务、互联网金融、在线旅游、在线教育等。据国家统计局数据,2014年我国网上零售额达到27898亿元,比上年增长49.7%,网络零售的持续高速增长不仅创造了“双十一”等新的消费时点,还带动了网购服务、数据分析、电子商务代运营服务、第三方支付等新兴服务业发展。

二是增长质量上台阶。近年来我国餐饮、住宿、旅游等生活性服务业适应新